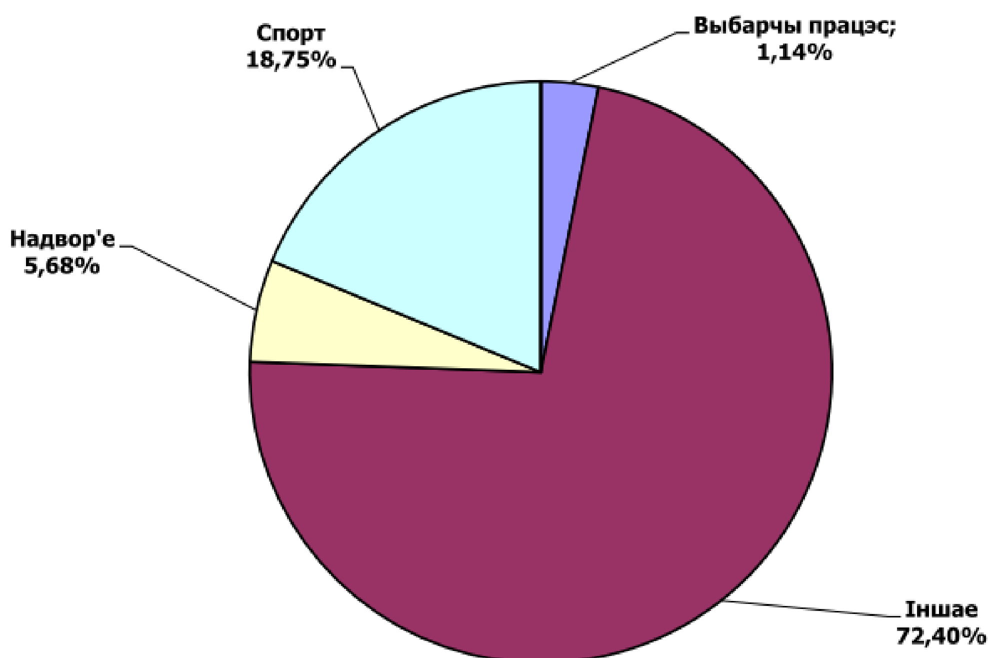
Асвятленне парламенцкіх выбараў у беларускіх СМІ. Бюлетэнь №3 (15 жніўня — 6 верасня 2016 г.)



1. Уводзіны

Бюлетэнь падсумоўвае вынікі трэцяга этапу маніторынгу (з 15 жніўня па 6 верасня 2016 г.). У гэты перыяд зарэгістраваныя кандыдаты ў дэпутаты праводзілі агітацыйную кампанію.

2. Падсумаванне вынікаў

Гэты этап не выявіў нейкіх істотных зменаў у традыцыйнай мадэлі асвятлення выбарчай кампаніі ў дзяржаўных медыя, асноўныя рысы якой можна апісаць наступным чынам:

- дамінантнымі суб'ектамі выбарчага працэсу заставаліся Цэнтральная і іншыя выбарчыя камісіі. Прадстаўнікі гэтых камісій (найчасцей старшыні) мелі найбольшы эфірны час параўнальна з усімі другімі персаніфікаванымі суб'ектамі маніторынгу. Да таго ж дзяржаўныя медыя рэпрэзентавалі гэтыя камісіі як найбольш кампетэнтныя крыніцы інфармацыі стасоўна выбарчага працэсу;
- нягледзячы на тое, што дэпутаты атрымалі магчымасць звярнуцца да выбаршчыкаў на тэлебачанні і па радыё, увага да гэтых зваротаў

аднак ніяк не акцэнтавалася. Тэлевізійныя праграмы падавалі іх выступы пад назвай *“Выбары 2016”* альбо *“Выступления кандидатов в депутаты Палаты представителей Национального собрания Республики Беларусь шестого созыва”.* Канкрэтныя прозвішчы кандыдатаў, а таксама дакладны час выступу кожнага з іх не ўказваліся;

- інфармацыйныя сайты дзяржаўных медыя таксама не падавалі канкрэтнай інфармацыі пра дзень і час выступаў кандыдатаў па ТБ і на радыё;
- як і падчас папярэдніх этапаў маніторынгу, у навінавых праграмах пераважала дэперсаніфікаваная манера рэпрэзентацыі кандыдатаў ў дэпутаты. Што праўда, зрэдчас дзяржаўныя медыя стваралі калектыўны партрэт кандыдатаў, падзяляючы іх на розныя катэгорыі;
- палітычныя партыі, якія ўдзельнічаюць у выбарах, па-ранейшаму заставаліся ў цені;
- дыскусіі з выбаршчыкамі адсутнічалі. Апошнія, як правіла, былі рэпрэзентаваныя дэперсаніфікавана;
- на гэтым этапе значна большую увагу дзяржаўныя медыя надалі назіральнікам, як заходнім, так і з краін СНД;
- у манітараваных медыя дамінавала тэхнічная і арганізацыйная інфармацыя пра ходу выбарчага працэсу;
- з завяршэннем летняй алімпіяды не паменшала спартовай інфармацыі, але і не павялічылася істотна доля выбарчай тэматыкі;
- на гэтым этапе маніторынгу недзяржаўныя медыя больш разнастайна адлюстроўвалі выбарчы працэс і надалі, параўнальна з дзяржаўнымі медыя, значную ўвагу кандыдатам і палітычным партыям, што ўдзельнічаюць у выбарах.

3. Асноўныя факты

Дзяржаўныя медыя

Разам з абласнымі камісіямі (АК), Цэнтральная камісія Рэспублікі Беларусь па выбарах і правядзенні рэспубліканскіх рэферэндумаў (ЦВК) захавала сваё лідзіруючае месца: у праграме *“Панарама*” — *16 %* часу, у праграме *“Наши новости” ОНТ — 18 %* параўнальна з усімі астатнімі суб’ектамі маніторынгу. У рэгіянальных тэлепраграмах (*“Навіны. Гомель” і “Навіны Рэгіён” — ТРК “Магілёў”)* лідарамі кампаніі з’яўляліся абласныя камісіі (*31 і 25 %* часу параўнальна з усімі астатнімі суб’ектамі выбарчага працэсу). А ў прэзідэнцкай газеце *“Беларусь сегодня”* толькі такі суб’ект як *“неперсаніфікаваны кандыдат”* атрымаў плошчы крыху больш за *ЦВК*, абласныя *(АК)* і ўчастковыя камісіі (*УК*): *29.4* і *29.2 %* адпаведна.

Як і ў папярэднія этапы маніторынгу, дзейнасць выбарчых камісій пераважна ацэньвалася пазітыўна. Напрыклад, прадстаўнік назіральнай місіі краін СНД сп. Ташыбаеў сказаў: *“… мы бы хотели отметить хорошую подготовку руководителей окружовых избирательных комиссий, профессиональный подход со стороны председателей участковых*

комиссий…” (*“Радыёфакт” — 02.08.16).* У той жа праграме, але пазней, назіральнік місіі СНД *Юры Андрэеў адзначыў, —* паводле словаў журналіста, *— і прафесійны ўзровень складу выбарчых камісій”* (*“Радыёфакт” — 24.08.16).*

Спн. Ярмошына выказала наступнае меркаванне: *“Я думаю мы проводим выборы все совершеннее, они становятся все цивилизованнее”* (*“Панарама”,* “*Беларусь 1”* — 23.08.2016). А старшыня ўчастковай камісіі № 2 г. Барысава сп. Даргель адзначыў урачысты характар гэтай кампаніі: *”сами выборы проходят у нас замечательно, так что это праздник”* (*“Радыёфакт” — 01.09.16).*

На гэтым этапе зарэгістраваныя кандыдаты атрымалі магчымасць выступіць у эфіры дзяржаўных электронных медыя — тэлеканалаў «*Беларусь 3», СТВ*, мясцовых радыё, а таксама бясплатна надрукаваць свае праграмы ў вызначаных ЦВК дзяржаўных газетах. Трансляцыя выступаў кандыдатаў па ТБ адбывалася з 19.00 да 20.00, а па радыё — з 07.00 да 08.00 і прыпадала на працоўныя дні.

У праграме перадач тэлеканала “*Беларусь 3”* гэты эфір пазначаны як **"Выбары-2016".** Цікава, што пад агульнай назвай трансляваліся не толькі выступы кандыдатаў, але і дэбаты. Да таго ж праграма не паведамляла, што мае адбыцца ў перадачы і хто ў ёй бярэ ўдзел.

Што праўда, у праграме перадач канала *СТВ* звароты кандыдатаў ужо вылучаныя асобна — **“Выступления кандидатов в депутаты Палаты представителей Национального собрания Республики Беларусь шестого созыва”.** Але прозвішчы кандыдатаў, што будуць прамаўляць, а таксама дакладны час іх выступаў таксама адсутнічаюць. Разам з тым у праграме ёсць і “**Выборы 2016”,** дзе непрыкметна пазначана “Дебаты”. Гэта своеасаблівая інфаграфіка, як і сама назва (пад гэтай назвай на тэлеканале “*Беларусь 3”* адбываюцца выступы кандыдатаў) ніяк не спрыяе бесперашкоднаму ўспрыняццю інфармацыі.

У той час як надрукаваныя ў газетах тэлепраграмы не канкрэтызуюць хто і калі будзе выступаць ці ўдзельнічаць у дэбатах, назвы кінафільмаў і серыялаў не толькі падаюцца вялікімі і тлустымі літарамі, але і суправаджаюцца анатацыямі, у якіх фігуруюць віртуальныя прозвішчы галоўных герояў. Напрыклад, ТБ праграма канала “*Беларусь 2”* рэпрэзентуе “ДЕТЕКТИВ **«ОБМАНИ МЕНЯ-2»** наступным чынам*: “Убойный отдел ГУВД. Самые громкие… дела достаются… капитанам Филлипову, Лернеру, Ильинскому и старшему лейтенанту Стрельниковой». (“Беларусь 2”, 29.08.16).*

Нарэшце, трэба адзначыць, што ні самі каналы, ні шырока рэкламаваны дзяржаўнымі медыя інфармацыйны партал “Выборы 2016”(http://vybory2016.by/), ні спецпраект БЕЛТА “Парламентские выборы 2016” (http://parlament2016.belta.by/), ні сайт Белтэлерадыёкампаніі (http://www.tvr.by/) не падавалі інфармацыю пра выступы і дэбаты

(дзень, час і канкрэтныя прозвішчы кандыдатаў). Да таго ж, сайт Белтэлерадыёкампаніі не выклаў ніводзін з выступаў. Тым самым ён пазбавіў магчымасці пазнаёміцца са зместам праграм сваіх кандыдатаў тых выбарцаў, якія не змаглі паглядзець трансляцыю ў вызначаны час.

Гэткім чынам, адсутнасць хоць якога сур'ёзнага анансавання ў медыя выступаў і дэбатаў кандыдатаў, а таксама канкрэтнай інфармацыі, хто і калі будзе прамаўляць, ёсць фактычна працягам агульнай тэндэнцыі дэперсаніфікаванай рэпрэзентацыі галоўных дзейных асобаў выбарчай кампаніі ў дзяржаўных медыя. Выкарыстанне абстрактнай назвы **"Выборы 2016",** пад якой тэлеканал "*Беларусь 3"* дэманстраваў таксама і расійска-савецкія дакументальныя фільмы (напрыклад, фільм пра стварэнне савецкага аўтамабіля "ЗИЛ" цягам 40 хвілін — 29.08.16) дэзарыентуе выбаршчыкаў і пазбаўляе іх магчымасці азнаёміцца з праграмамі сваіх кандыдатаў.

Затое ў манітараваных медыя не бракавала розных экспертных выказванняў і прыхаваных падказак ,за каго галасаваць. У праграме *"Главный эфир" (21.08.16*) старшыня Белтэлерадыёкампаніі сп. Давыдзька, пазнаёміўшыся з выступамі кандыдатаў, падзяліў апошніх на тры групы: *"Первая группа — это такие, знаете, состоявшиеся, опытные люди: директора школ, предприятий, производств. Они уверены в себе. Они, как правило, хорошо подготовились к выступлению, знают, что делают, зачем идут в парламент. И умеют держаться перед камерой.*

Вторая группа, категория людей, — это, грубо говоря, партия сказала: «надо», значит, я ответил: «есть». То есть, они не сильно, возможно, верят там в победу, но в мере своих способностей пытаются сделать узнаваемым свой бренд, ну, и себя, и партию.

И третий вот самый интересный, как мне кажется, такой вот приход новых людей в нашу избирательную историю, вообще, да. Это вот такие кандидаты «на авось». За ними нет никакого опыта, они идут на выборы, не зная «зачем», не умея, собственно говоря, себя подать и часто несут околесицу».

Другі ўдзельнік дыскусіі, галоўны рэдактар дзяржаўнай газеты *«Звязда»* сп. Карлюкевіч, дапоўніў прапанаваную класіфікацыю: *«Мне здаецца, яшчэ ёсць такая катэгорыя вельмі вядомых асоб… у інфармацыйнай прасторы… Іх праграмы скіраваны на, ну, папярэдне ўжо плануемыя ў сваім уяўленні, што людзі ведаюць, што гэта будуць аўтары гэтых праграм выключна крытыкаваць, выключна выстаўляць пэўныя лозунгі, вось, і дастаткова, ну лозунгі без глебы».*

А галоўны рэдактар газеты *«Беларусь сегодня»* сп. Якубовіч выказаў меркаванне, што адказныя кандыдаты ў дэпутаты *«должны… риторику сменить и говорить так, что «я помогу власти вот в вопросе парковок, если я стану кандидатом в депутаты, я помогу власти навести порядок в микрорайоне по таким, по таким вопросам…»*. Прапанова, як можна

бачыць, моцна абмяжоўвае заканадаўчы статус будучых дэпутатаў, а, да таго ж, ставіць пад сумнеў неабходнасць падзелу ўлады ў нашай краіне.

З пачаткам агітацыі доля часу, прысвечаная кандыдатам у манітараваных праграмах не павялічылася. Да таго ж, як і раней, гэта была агульная і дэперсаніфікаваная інфармацыя, што выяўляла іх калектыўны вобраз , прыналежнасць/непрыналежнаць да палітычных партый, сацыяльны склад ці колькасць прэтэндэнтаў на адно месца ў парламенце. На партале www.belta.by, да прыкладу, доля плошчы адведзеная суб'екту *"неперсаніфікаваны кандыдат"*складала ў гэты перыяд 26 % параўнальна з усімі іншымі суб'ектамі маніторынгу.

Палітычныя партыі былі рэпрэзентаваныя альбо ў выглядзе неперсаніфікаванага актара *"палітычныя партыі"*(у межах *1 %* часу ў *"Радыёфакце* "і *"Наши новости" ОНТ*), альбо толькі ўзгадваліся (на партале *www.belta.by* яны мелі ад *0,01* да *0,06 %* плошчы параўнальна з усімі іншымі суб'ектамі маніторынгу).

Назіральнікі, як заходнія, так і з краін СНД, атрымалі ў гэты перыяд дастаткова шмат увагі (у межах 10 % часу ці крыху болей). І былі рэпрэзентаваныя пераважна нейтральна альбо станоўча. Увага да беларускіх назіральнікаў, хоць і была меншай, аднак таксама выказвалася.

Манітараваныя навінавыя праграмы працягвалі даволі шырока асвятляць спартовыя падзеі. Але і з завяршэннем алімпіяды суадносіны тэм *"Спорт"* і *"Выбары*" істотна не змяніліся. У папярэдні перыяд (*25 ліпеня — 14 жніўня*) праграма *"Панарама"* падавала іх у суадносінах 35 % і 2,2 %, праграма *«Наши новости» ОНТ — 16 % і 2,5 %,* а праграма *"Радыёфакт" — 10,5 % і 3,5 %.* У прэзентаваны перыяд лічбы былі наступныя: праграма *"Панарама" — 30 % і 2,9 %,* праграма *«Наши новости» ОНТ* — амаль *19 % і 1,1 %* і праграма "Радыёфакт" — амаль *13 % і 6 %.*

Недзяржаўныя медыя

У папярэднім бюлетэні мы адзначалі, што недзяржаўныя медыя выкарыстоўвалі іншую мадэль асвятлення выбарчай кампаніі. Перадусім гэта тычыцца інфармацыйнага партала *tut.by* і газеты *"Народная Воля".* Гэтыя рэсурсы імкнуліся мінімізаваць ужыванне абстрактных і дэперсанізаваных паняткаў — такіх як *"палітычныя партыі", "кандыдат"*ці *"электарат".* Пасля рэгістрацыі кандыдатаў на інтэрнэт-старонках партала *tut.by* з'явілася дастаткова вялікая колькасць прозвішчаў кандыдатаў і інфармацыі пра іх. Тое ж самае тычыцца і палітычных партый, якія былі ў той ці іншай ступені рэпрэзентаваныя пад сваімі афіцыйнымі назвамі. Партал мае таксама адмысловую перадачу (відэа) Госць.tut.by, якая ладзіць інтэрв'ю з лідарамі партый, што бяруць удзел у выбарах. На перадачу (працягласцю 35–55 хвілін) запрашаюцца як апазіцыйныя, так і праўладныя лідары партый (1–3 чалавекі). Вядоўца,

як правіла, практыкуе крытычны погляд што да праграмаў палітычных партый і іх кандыдатаў.

На гэтым этапе маніторынгу рэгіянальныя недзяржаўныя газеты *(“Intex-press”* і *“Газета Слонімская”)* выявілі значна большую ўвагу да выбарчай кампаніі і таксама рэпрэзентавалі канкрэтных кандыдатаў, трымаючыся нейтральнай пазіцыі.

У нейтральным тоне пісала пра выбарчую кампанію ды некаторых кандыдатаў і газета *“Комсомольская правда в Беларуси”* (“таўстушка”), а таксама яна ўзгадвала некаторыя палітычныя партыі, што бяруць удзел у выбарах.

Высновы

Мадэль асвятлення выбарчай кампаніі, якую выкарыстоўваюць дзяржаўныя медыя, не прадугледжвае шырокай заангажаванасці выбаршчыкаў у агітацыйную кампанію. Пра гэта сведчаць як неперсаніфікаваная манера рэпрэзентацыі кандыдатаў, так і адсутнасць хоць якога сур’ёзнага інфармавання пра іх выступы напярэдадні ці падчас агітацыйнай кампаніі.

Акцэнтаванне ўвагі на арганізацыйных і тэхнічных праблемах, а таксама дэперсаніфікацыя галоўных дзеючых асобаў, дыстанцуе ад іх выбаршчыкаў і не садзейнічае заангажаванасці апошніх у выбарчы працэс.

Маргіналізацыя палітычных партый, перадусім апазіцыйных, і пазбаўленне іх “голасу”— яшчэ адзін заўважны элемент арганізацыі “ціхіх выбараў”.

Адсутнасць у дзяржаўных медыя хоць якога абмеркавання з боку выбаршчыкаў і экспертаў платформ палітычных партый і праграм кандыдатаў дэпалітызуе выбарчы працэс, пазбаўляе яго сапраўднай канкурэнцыі і тым самым перашкаджае развіццю палітычнай сістэмы беларускага грамадства.

У адрозненне ад дзяржаўных, недзяржаўныя медыя маюць больш канструктыўную візію асвятлення выбарчай кампаніі, аднак іх ўплыў не настолькі моцны, каб нейкім чынам змяніць яе ходу.

Для параўнання адзначым, што падчас парламенцкіх выбараў 2012 г. тэлезвароты ладзіліся ў той жа час, а радыёвыступы — з 18.00 з 19.00).

Сімптаматычнай з’яўляецца і рэакцыя Белтэлерадыёкампаніі, на тое, што некаторыя кандыдаты размясцілі свае выступы ў Інтэрнэце: *“Отдельные участники предвыборной гонки и вовсе решили попиариться за счет работы медиахолдинга, разместив выступление, профессионально записанное работниками БТ, в интернете, при этом не спросив*

разрешения на данный шаг у собственника видеоматериала, коим является Национальная телерадиокомпания Беларуси, а в дальнейшем еще и обвинив ее в блокировании незаконно размещенного контента”